

артоника

брендинговое и креативное агентство

создание
и продвижение
брендов _____

Узнать больше:



Подробнее > <http://artonica.ru>

В ЦЕЛОМ

Брендинговое и креативное
агентство Артоника
создано в 2004 году.

Мы обеспечиваем нашим клиентам всестороннюю концептуальную и творческую поддержку в сфере брендинговых коммуникаций и за годы работы накопили серьезный опыт, основанный на сотрудничестве с российскими и международными компаниями, количество которых превышает сотню.

Мы рассматриваем любой проект, независимо от его масштаба и медийной специфики, в контексте задач развития бренда. Для их решения мы делаем все необходимое, начиная с создания обещания, которым бренд заинтересует своих потребителей, и заканчивая поиском конкретных форм, в которых оно будет донесено с максимальной убедительностью.

абкр Ассоциация Брендинговых
Компаний России

Мы участвуем в работе Ассоциации брендинговых компаний России, а наши ключевые специалисты преподают в ведущих российских вузах, среди которых: Британская высшая школа дизайна (Москва), Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, Высшая школа брендинга, Школа дизайна НИУ ВШЭ.

КОМПЕТЕНЦИИ

Компетенции

Стратегия

Айдентика

Коммуникации

Задачи

Анализ ресурсов бренда
Анализ отраслевых трендов
Исследование конкурентной среды
Исследование целевых аудиторий
Бренд-платформа
Бренд-архитектура
Тестирование

Базовые константы бренда
Визуальная концепция
Легенда бренда
Марочный контракт
Система идентификации
Фото-стиль
Упаковка
Дизайн среды

Креативная стратегия
Реклама
Полиграфия
Книги и периодика
POS-материалы
Веб и мультимедиа
Экспозиционный дизайн
Директ-маркетинг

Продукты

Нейминг
Логотип
Слоган
Корпоративный стиль
Интерьеры и экстерьеры
Навигация

Радио и ТВ-реклама
Реклама в прессе
Наружная реклама
Интернет-реклама
Годовой отчет
Календарь

Каталог
Брошюра
Буклет
Книга
Журнал
Газета

Выставочный стенд
Оформление события
Интернет-сайт
Мультимедийная презентация
Корпоративный фильм

структура

Руководство компании



Денис Шлесберг
исполнительный
креативный директор,
генеральный директор



Дмитрий Черногаев
исполнительный
арт-директор

Руководители подразделений



Ксения Гневушева
директор проектов



Ирина Цветкова
старший
арт-директор

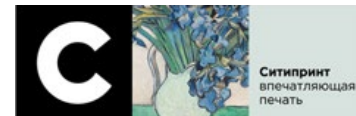


Алена Ионова
старший копирайтер



20 сотрудников

бренды, созданные в Артонике



Росбанк

Ребрендинг

В проекте:

бренд-платформа

бренд-лайн

логотип и бренд-бук

дизайн-стандарты рекламы

Новая визуальная система предполагает отказ от традиционного для банковских брендов фирменного знака. Главное теперь — имя Росбанка, многократно доказавшего, что ему можно и нужно доверять. Новый и давно знакомый, передовой и безусловно надежный, Росбанк прошел через многое и готов к любым вызовам, а значит — помогает быть готовым к ним и каждого своего клиента. Вот что означают «Настоящие возможности» и выражает новая идентичность бренда.

НАСТОЯЩИЕ
ВОЗМОЖНОСТИ

росбанк

росбанк | дом

росбанк | авто

росбанк | смарт

росбанк | лизинг

росбанк | трейдинг

росбанк | страхование

росбанк | капитал

росбанк | депозитарий

росбанк | специализированный депозитарий

росбанк | премиум

росбанк | премиум онлайн

росбанк | private banking
l'hermitage

Вклад
«Динамичный»
стабильный доход
на весь год



НАСТОЯЩИЕ
ВОЗМОЖНОСТИ **росбанк**

Консьерж-сервис
Premium Banking

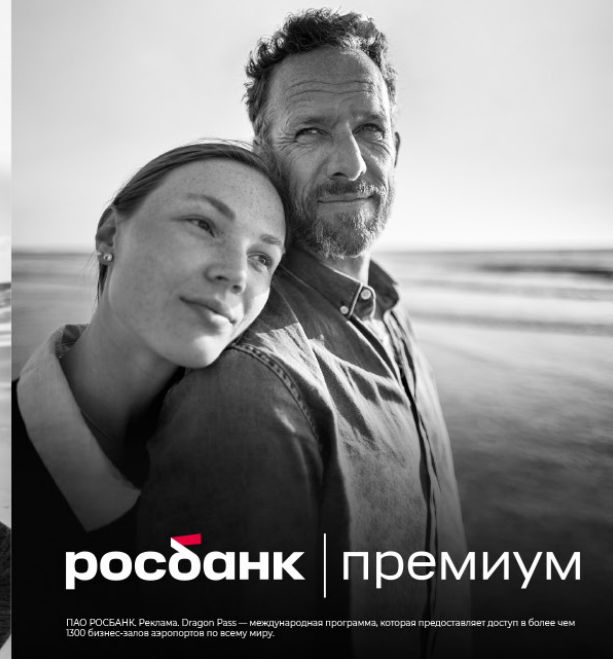
- ваш личный помощник 24/7
- организация путешествий и праздников
- бронирование ресторанов
- информационная поддержка



росбанк премиум

Dragon Pass

Доступ в бизнес-залы
аэропортов по всему миру



росбанк премиум



Росбанк

Реклама L'Hermitage Private Banking

«Что вы себе позволяете»
в случае L'Hermitage
Private Banking
Росбанка — это не
вопрос, а утверждение

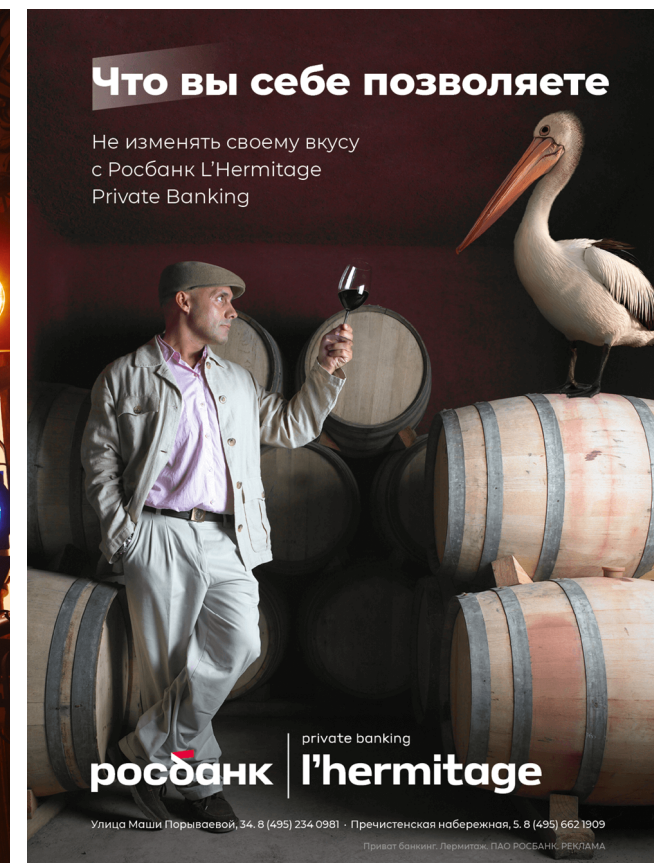
В проекте:

слоган, копирайтинг

креативная концепция

реклама

L'Hermitage Private banking — подразделение Росбанка по работе с состоятельными клиентами. В серии рекламных сообщений мы используем классическую территорию и визуальную культуру прайвет банкинга, но добавляем к ее немного клишированной эстетике свежей интеллектуальной дерзости и самоиронии. Роскошная жизнь — это жизнь, в которой вас ничто не ограничивает. И в которой «Что вы себе позволяете» из вопроса становится утверждением.



Центральная торговая система

Брендинг новой торговой площадки

В проекте:

бренд-платформа

логотип

брендбук

Новая платформа для рынка корпоративных закупок создана на основе передовых цифровых практик биржевой и розничной торговли. Она гарантирует покупателю и продавцу прозрачность и юридическую чистоту сделок при недостижимых ранее скорости и широте выбора. Мы выразили в идентичности бренда его инновационный характер, но сделали это так, чтобы он не растворился в «океане приложений», а говорил с корпоративной и предпринимательской аудиториями на одном языке.



СЗ Киноцентр

Sky View. Айдентика и коммуникации апартаментов премиум-класса

В проекте:

логотип, слоган, копирайтинг

интернет-реклама

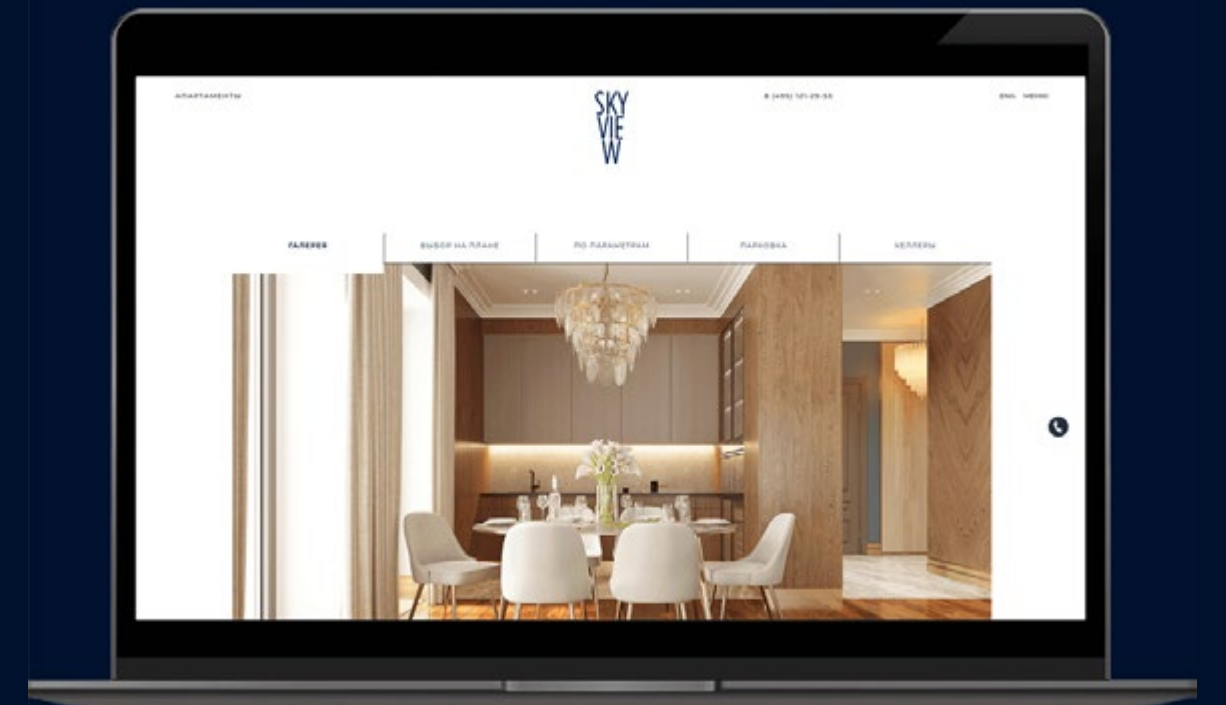
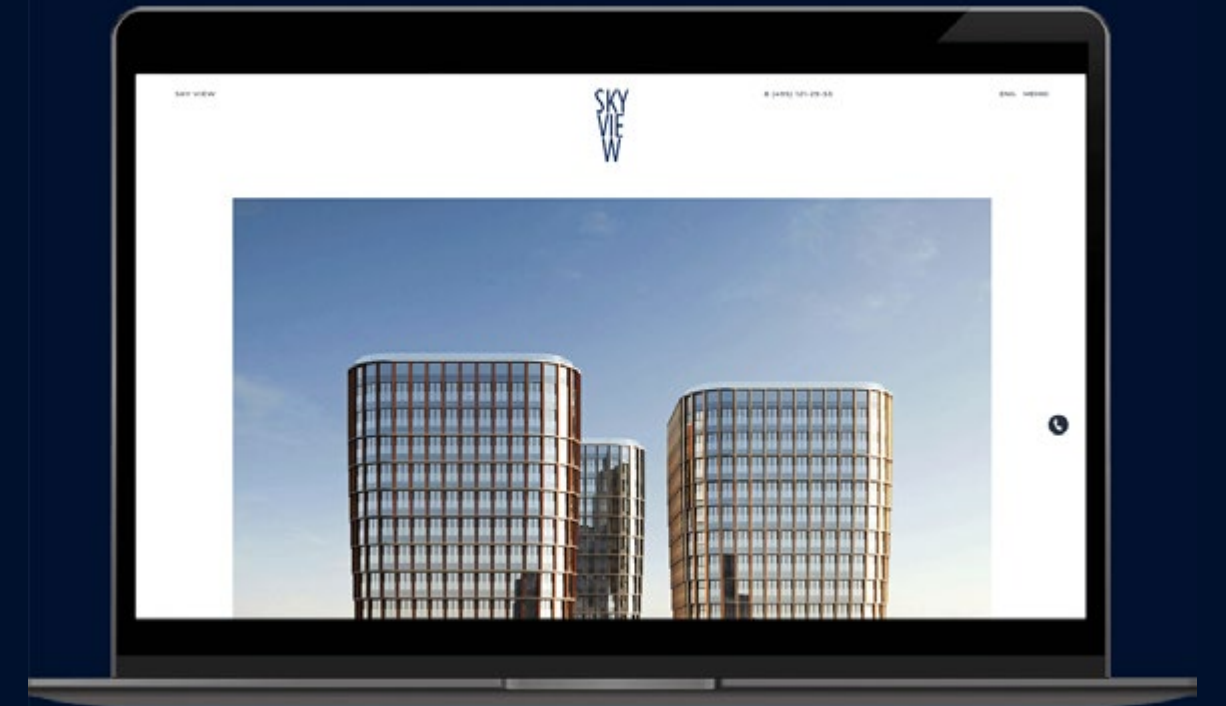
дизайн-стандарты рекламы

сайт, OLV, брошюры

Самодостаточный и современный, Sky View выражает собой наступающую эпоху и вежливо, но уверенно становится новым локальным лендмарком Пресни — не вдохновляясь другими, он вдохновляет собой. Новый бренд премиальной недвижимости непротиворечиво связывает прошлое и будущее в айдентике и коммуникациях. Выверенно благородная цветовая палитра, изысканная типографика и современная лаконичная визуальная система — Sky View выглядит дорого, но элегантно; роскошно, но актуально.

SKY
VIEW
W

НЕБО
НАД
ПРЕСНЕЙ



Лидер Инвест

Брендинг «Счастья»

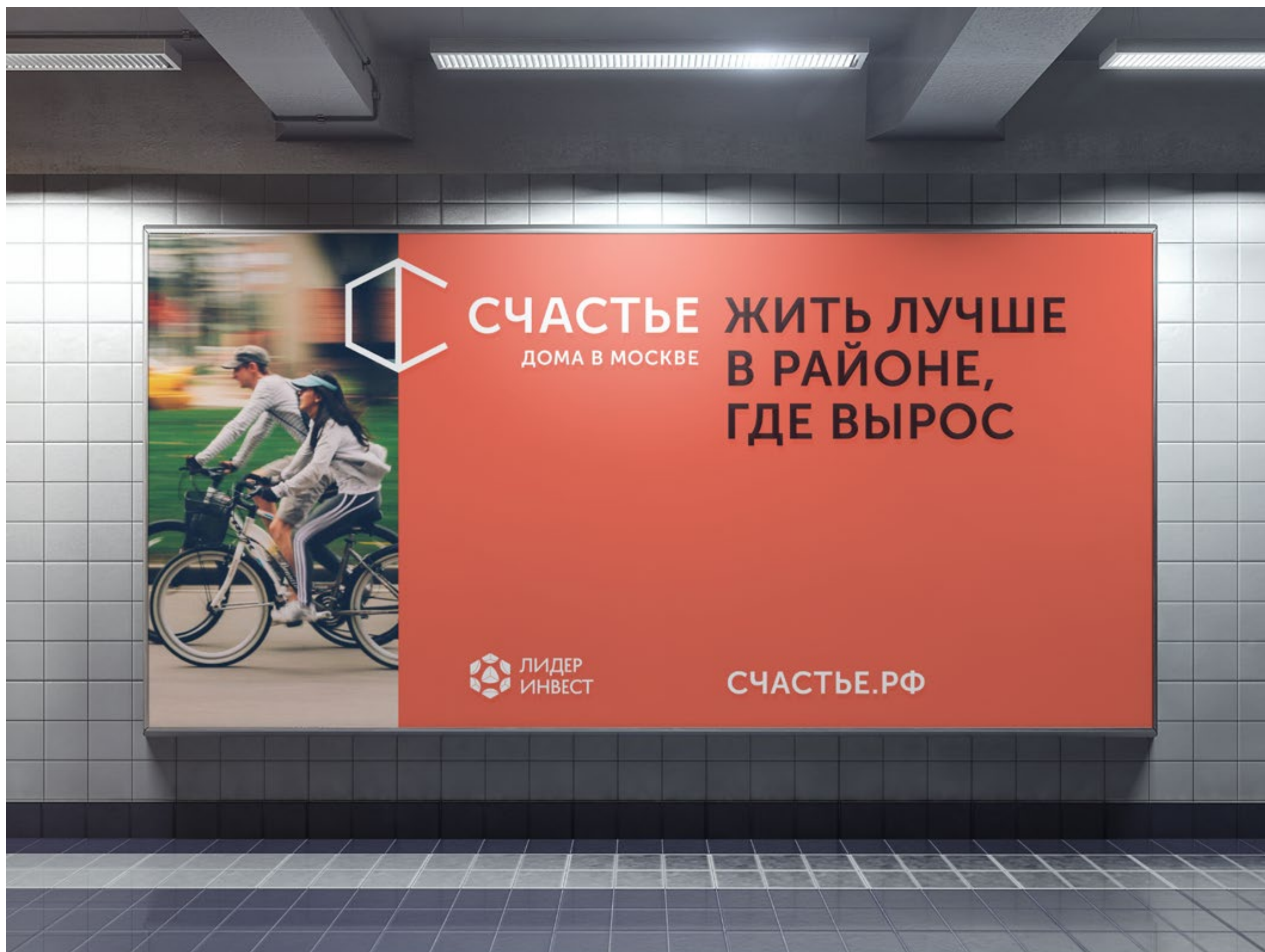
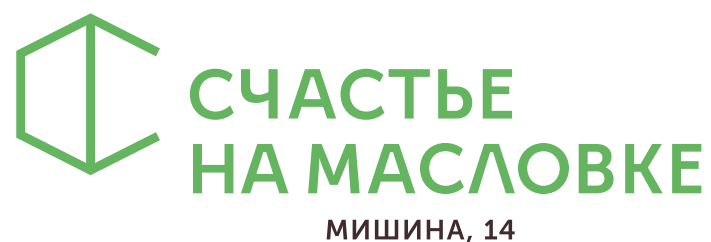
WOW
AWARDS
2019
«Брендинг объекта»

В проекте:

логотип

слоган

Что делать, если есть много небольших, но хороших объектов? Сделать из них один большой хороший зонтичный бренд. «Счастье» — современные камерные дома, расположенные во всех девяти округах столицы. Теперь найди дом в Москве, в котором ты почувствуешь себя по-настоящему дома, стало проще. Это и есть самое настоящее «Счастье».



«Настоящее»: жилой квартал в Раменках

Разработка бренда

В проекте:

брендинг

брошюра

реклама

Как найти новый смысл в недвижимости? Искать его в принципиально другом месте, чем конкуренты в локации. Инсайт: «Жизнь в современном городе — это жизнь в планах на будущее». Big Idea: новый проект предлагает все условия для того, чтобы жить уже сейчас, в настоящем. Ясное и простое на первый взгляд имя включает в себя много всего сразу — и естественное окружение, и искренность, и подлинное качество, и умение жить, гармонично сочетая рациональное и эмоциональное, природное и городское, общее и частное. Коммуникации бренда становятся естественным продолжением его философии, а лаконичность и дозированная эмоциональность становятся основой для сбалансированного и современного визуального образа.



Центр-Инвест

Ребрендинг ЖК «Фестиваль Парк»

В проекте:

логотип

брендбук

слоган

креативная концепция

В 2020 году ЖК бизнес-класса «Фестиваль Парк» обретает второе рождение — стартуют продажи второй очереди. Мы обновили образ знакомого и любимого бренда, чтобы выразить его новые качества и представить его рынку в новом свете. Сдержанно элегантный визуальный стиль складывается из продуманных деталей: уникального начертания логотипа с выразительной заглавной литерой, способной служить самостоятельным знаком; благородной фирменной палитры и принципов подбора иллюстраций.



Smindex-ИНТЕКО

Фильм об ар-деко как коммуникация бренда недвижимости

В проекте:

Сценарий

Моушен-дизайн

Фильм

Пятиминутный фильм в сжатой, но увлекательной форме рассказывает об истории, характере и культурном значении стиля ар-деко. Богатый иллюстративный материал дополнен кадрами кинохроники. Анимированная инфографика, стильный саундтрек и легкий, но содержательный дикторский текст делают повествование одновременно занимательным и информативным.



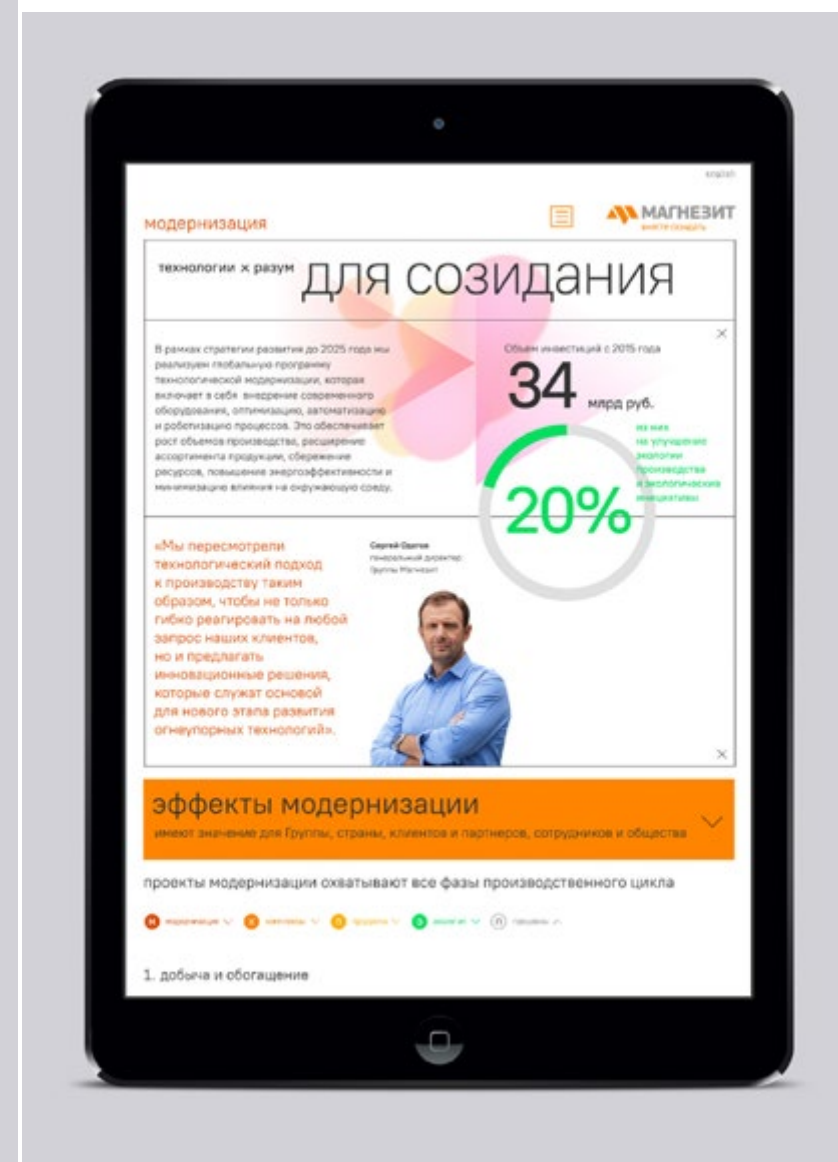
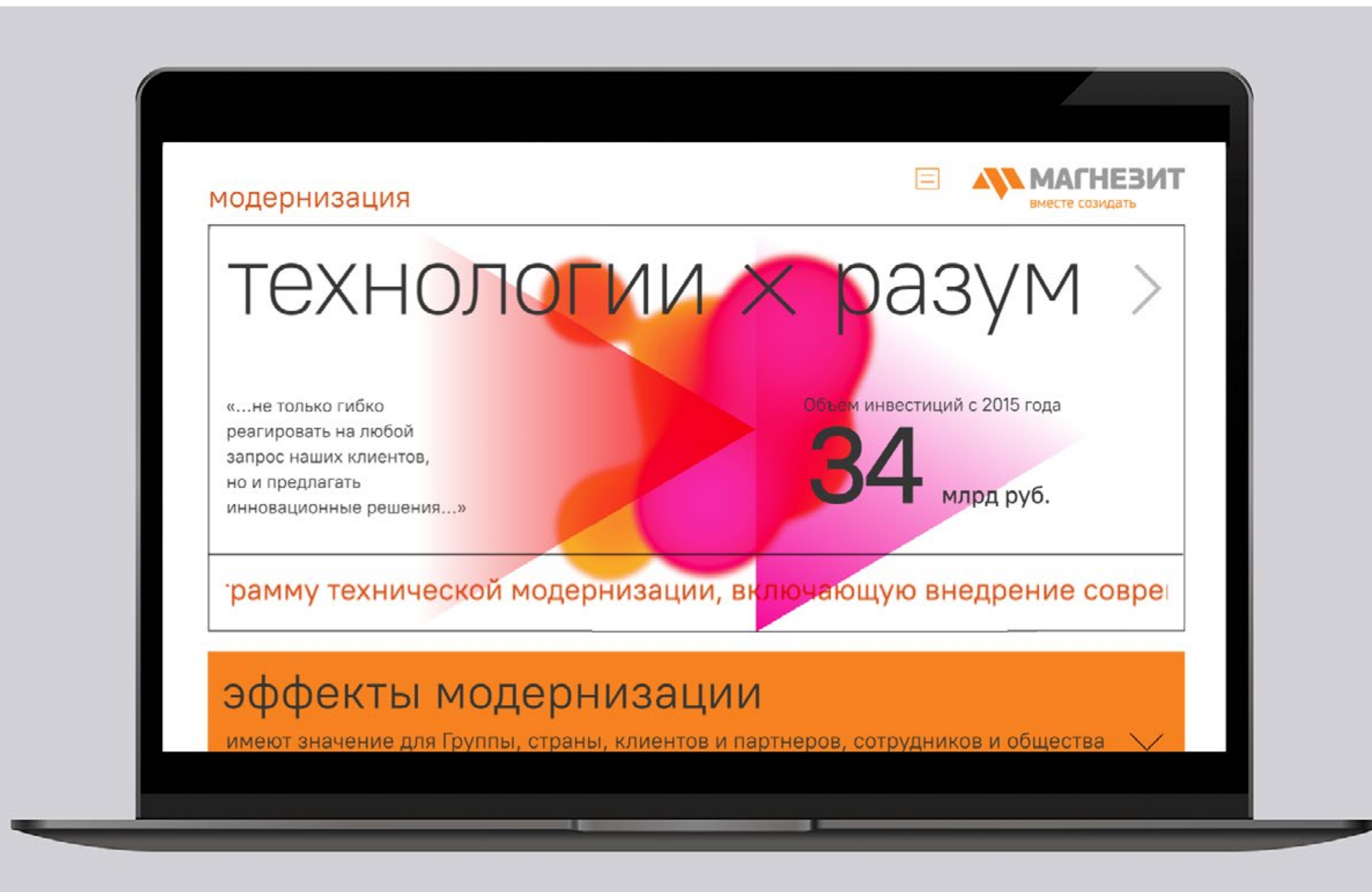
Группа Магnezит

Репозиционирование бренда

В проекте:

бренд-платформа, логотип, стиль и брендбук
коммуникационная и креативная стратегии
интернет-коммуникации
производственный нейминг и навигация
корпоративные материалы

Группа Магnezит входит в ТОП-5 мировых производителей огнеупоров. На предприятиях Группы реализуется масштабная программа модернизации, значительно изменившая технологические возможности производства. Обновление коммуникаций бренда отражает эти изменения и выражает его новую роль в отношениях с клиентами, индустрией и обществом. В основе новой философии бренда лежит идея созидательного взаимодействия. Чтобы сделать ее ясной и убедительной для всех целевых аудиторий, мы создали для бренда новый голос, визуальный язык и принципы их воплощения во всех точках контакта.



Paintgroup

создание бренда

В проекте:

концепция и архитектура бренда

нейминг, логотип

корпоративный стиль, веб-сайт

Группа компаний, де-факто взаимосвязанных, но позиционировавшихся как независимые, достигла момента, когда стало полезным проявить их принадлежность к одному «семейству». Созданы новый бренд и гибкая система групповой идентичности, способная убедительно транслировать ценности и преимущества объединенной бизнес-структуры. Разработанный комплекс дизайн-стандартов стал основой для гармоничного развития коммуникаций как нового бренда, так и «заслуженных» брендов объединяемых им компаний.



**PAINT
GROUP**

**РОССИЙСКОЕ
ПРОИЗВОДСТВО
МИРОВОГО
КЛАССА**

Lysterra

Создание бренда

В проекте:

концепция бренда

бренд-платформа и нейминг

логотип и фирменный стиль

«Надежный союзник в борьбе за урожай» приобрел черты передовой компании-производителя, для которой опыт — основа для новаторства и активного внедрения науки в производство. Так, нейминг четко отделил бренд от характерных для отрасли индустриальных и маскулинных имен, дизайн обеспечил тонкую преемственность с предыдущим логотипом, а цветовая палитра усилила ценные для аграриев ассоциации со свежестью всходов и радостью ясному небу. В ближайшие 2–3 года под маркой Lysterra планируется вывести на рынок более 10 новых продуктов.

РЕШЕНИЯ
ДЛЯ
ЭФФЕКТИВНОГО
ЗЕМЛЕДЕЛИЯ



LYSTERRA

SenecoGaz

Сайт для продвижения на европейских рынках

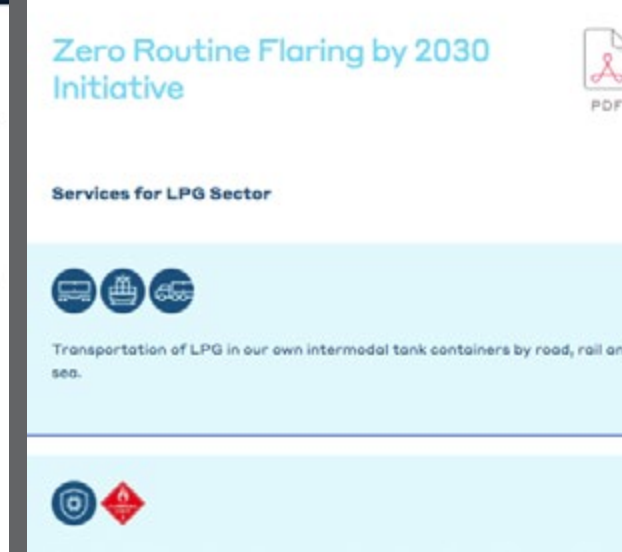
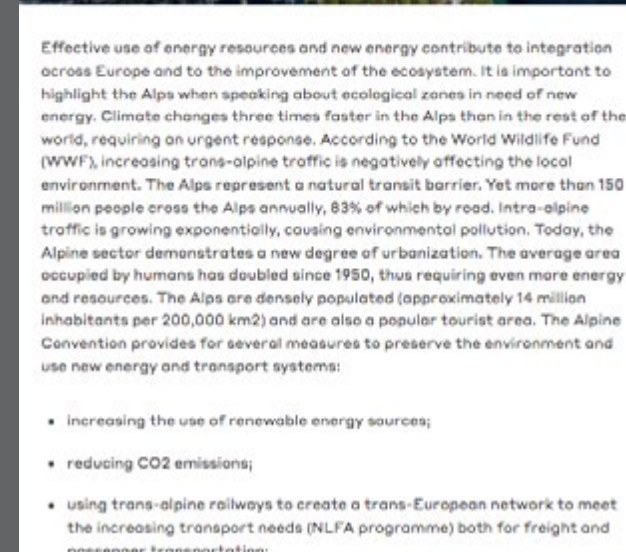
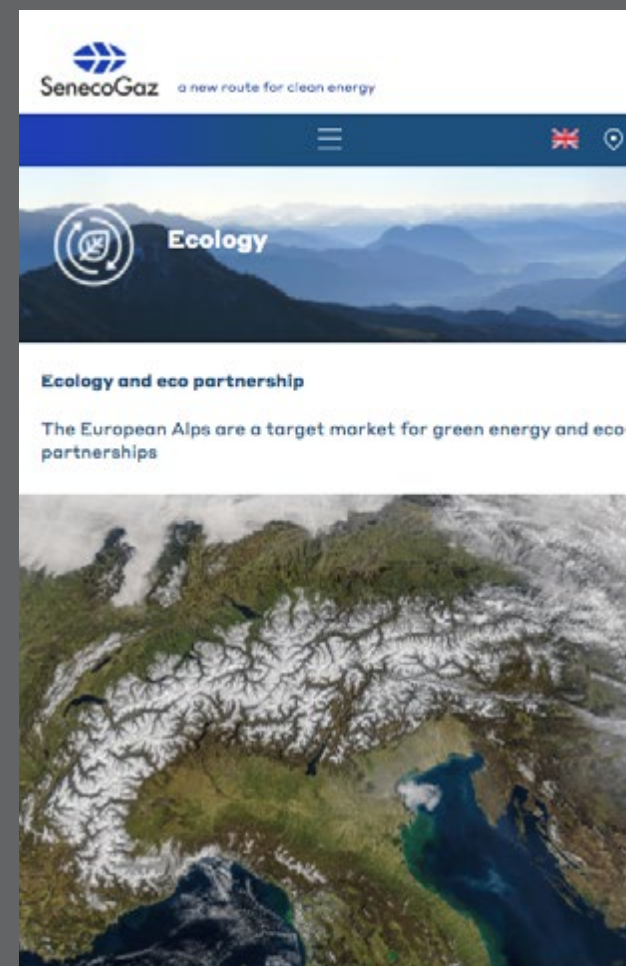
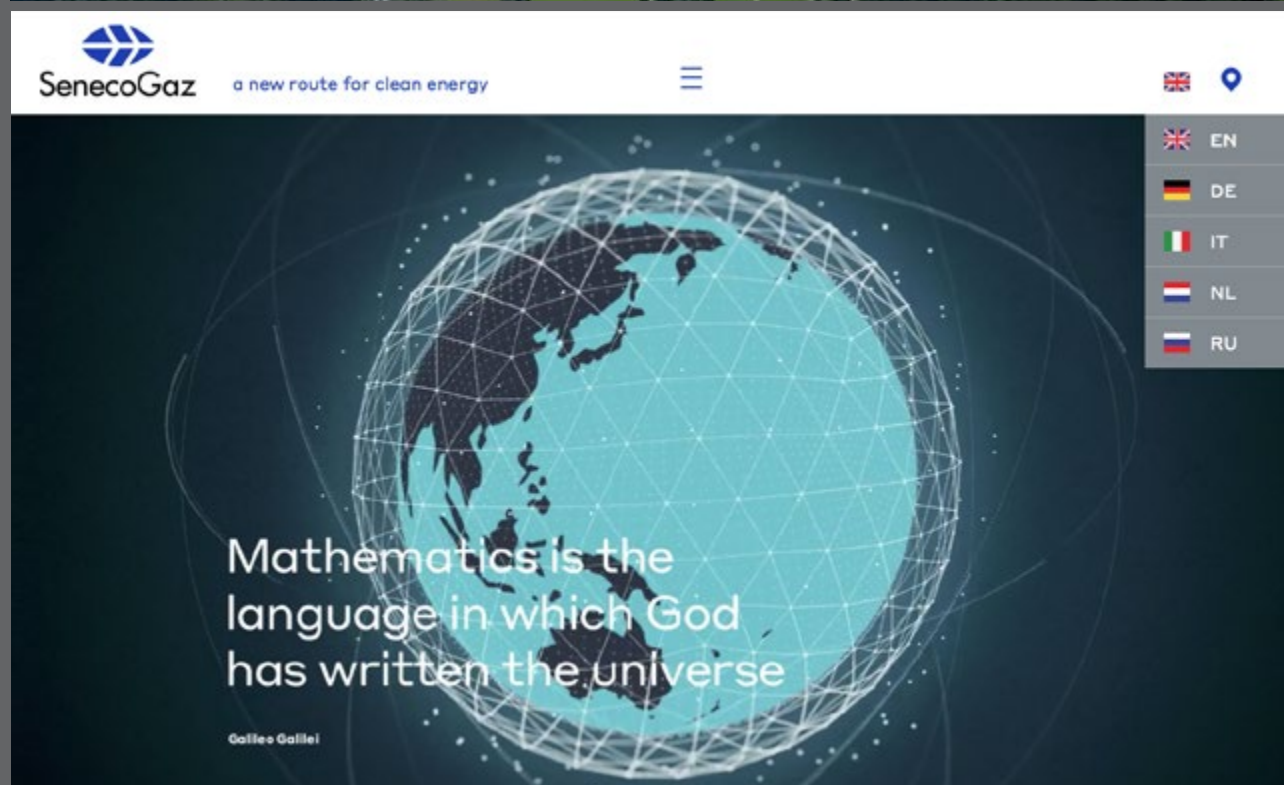
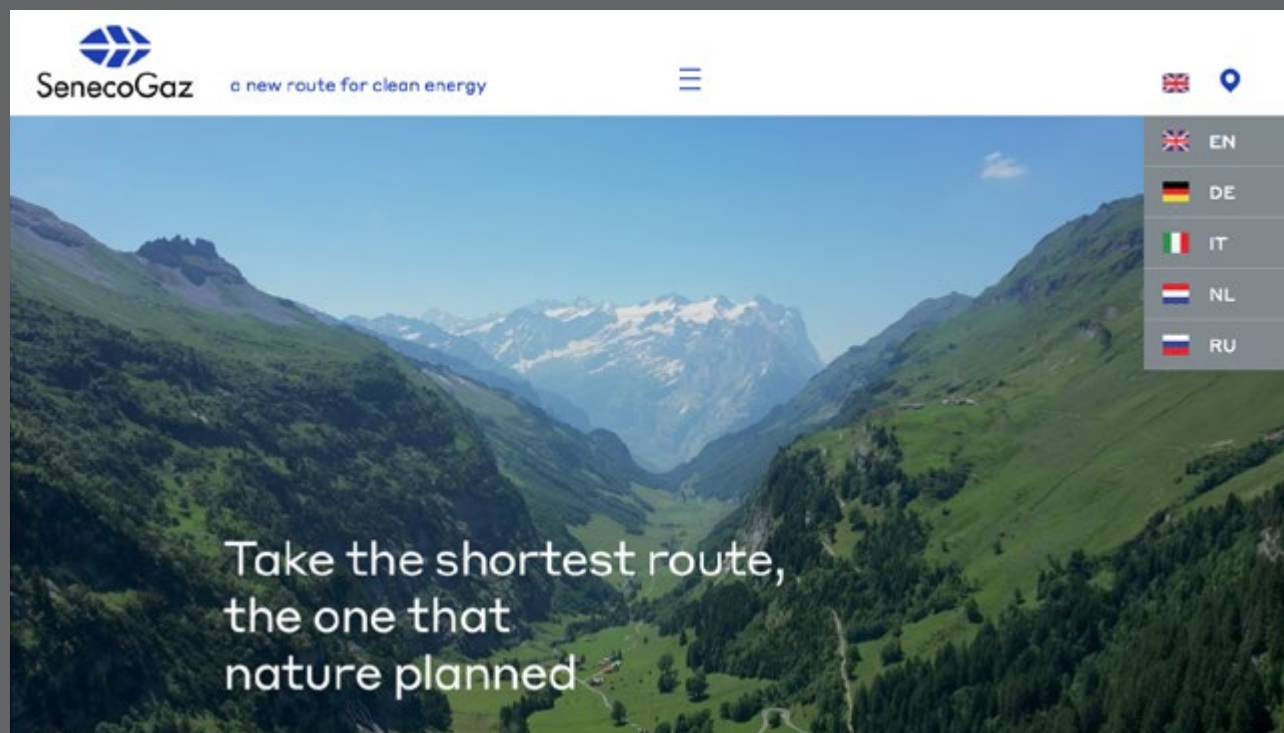
В проекте:

дизайн-концепция

дизайн интерфейса

дизайн типовых страниц

SenecoGaz — это торгово-транспортный холдинг, включающий инженеринговую компанию, который последовательно развивает инвестиционный проект по перевозке сжиженного газа — LPG. Для продвижения на европейских рынках разработан дизайн сайта, отвечающий задачам взаимодействия с институциональной и коммерческой аудиториями на пяти языках. Цифровая визуальная среда передает инновационный и экологичный характер бренда, обеспечивая при этом гибкие информационные возможности.



Иванян и партнеры

Брендинг

В проекте:

- бренд-платформа
- корпоративный стиль и бренд-бук
- копирайтинг
- интернет-сайт

За годы, прошедшие с момента создания бюро, команда стала опытнее, сильнее и больше. В основе бренд-платформы лежит умение строить надежные и глубокие отношения. Как внешние — с клиентами, так и внутренние — между коллегами. Новый корпоративный стиль объединяет то, что всегда составляло профессиональный почерк команды, с тем, чего она достигла благодаря тому, что всегда остается ему верна.

русская
версия
логотипа

ИВАНЯН & ПАРТНЕРЫ

английская
версия
логотипа

IVANYAN & PARTNERS

short logo



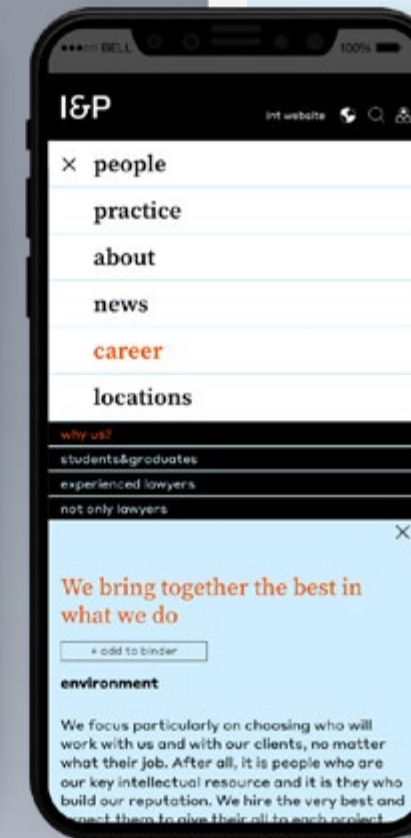
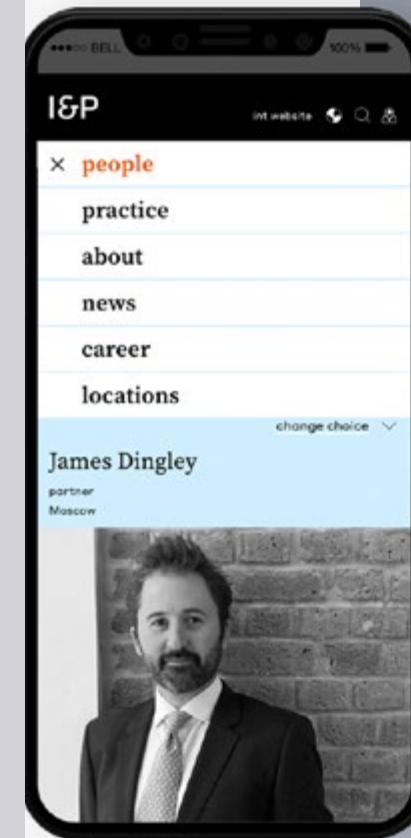
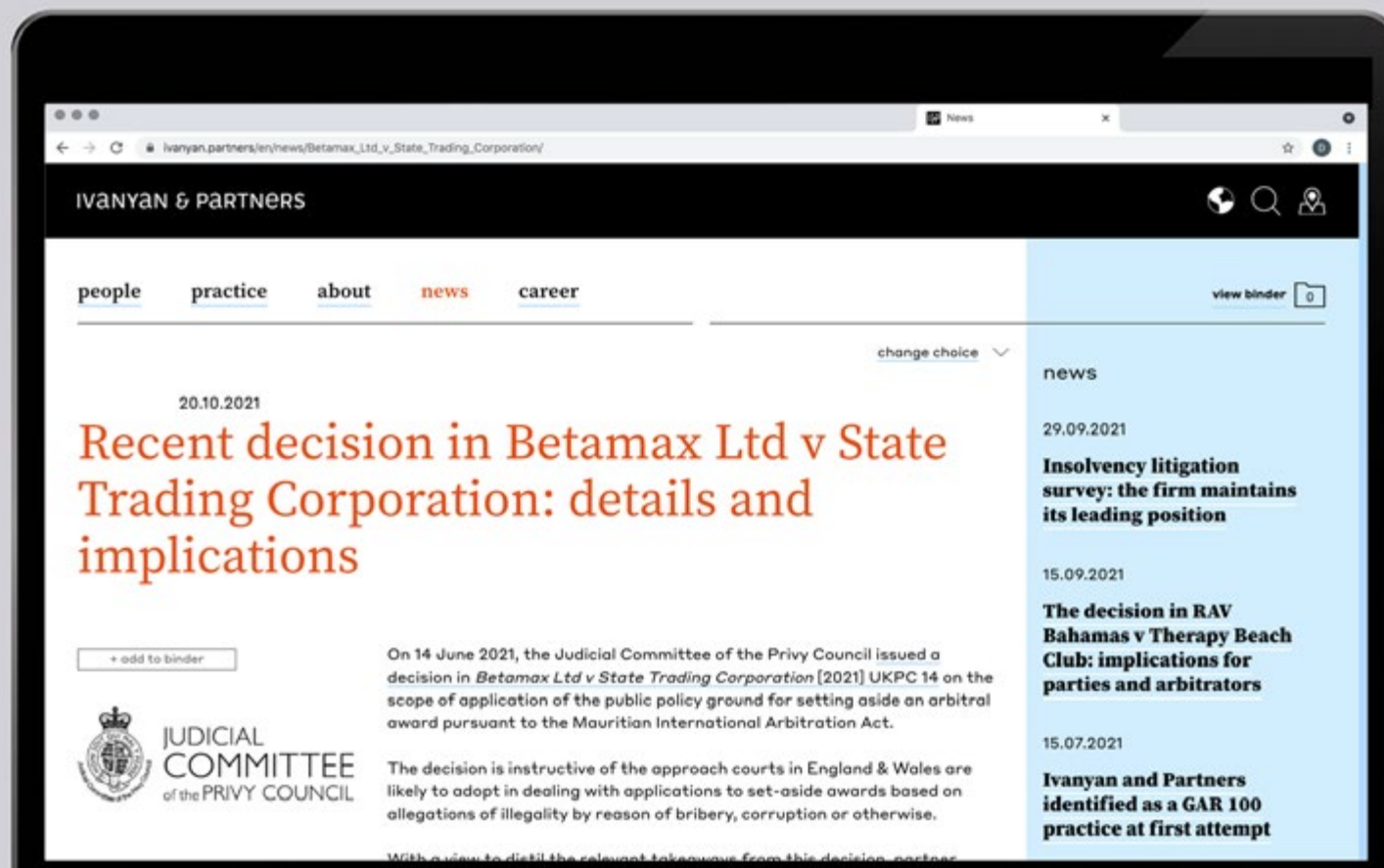
I&P

IVANYAN & PARTNERS

the first choice
law firm in
Russia for the
most complex
and large-scale
legal cases

Moscow
St Petersburg
London

ivanyan.partners



ТЛЗ

**Создание бренда,
навигация, веб-сайт**



тверской лакокрасочный завод

В проекте:

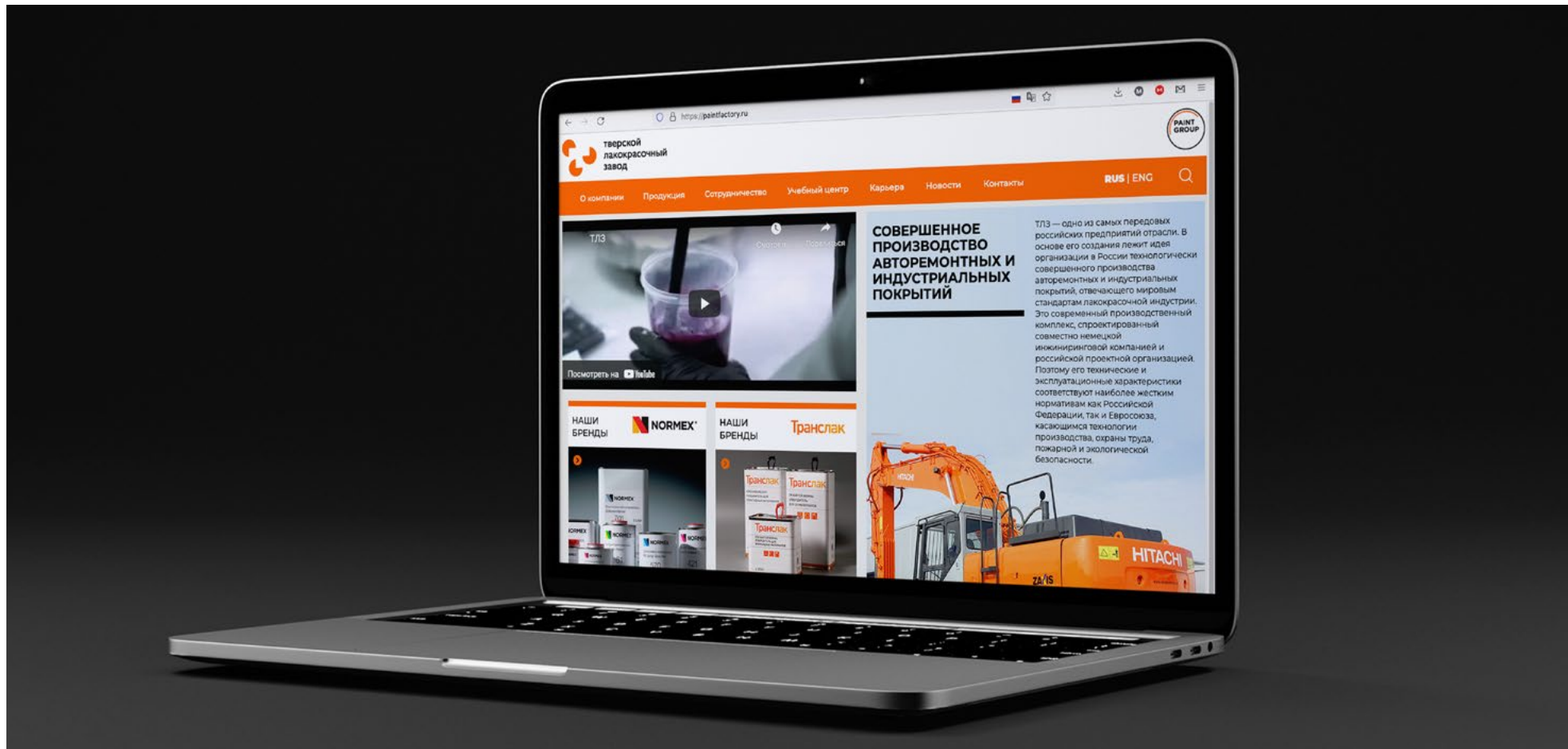
веб-сайт

интерьер / экстерьер

корпоративный стиль

логотип, навигация

Базовые визуальные константы бренда ТЛЗ решены в контрастном сочетании черного и оранжевого цветов, отражающем индустриальный дух компании. Фирменный знак представляет собой лаконичную геометрическую композицию, компоненты которой как бы вырезают в пространстве контур первой буквы имени бренда. Стиль обеспечивает реализацию в различных специфических применениях, обусловленных промышленной средой, составляющей его «среду обитания».



Протек

Логотип и фирменный стиль торговой марки «Клинса»



В проекте:

концепция бренда, константы бренда

логотип

упаковка

адаптация к ассортименту 100+ SKU

Зачем нужен редизайн линейки доступных медицинских изделий и гигиенических товаров повседневного спроса? Чтобы привлечь и произвести впечатление на потребителя, ищущего профессиональную, качественную и надежную современную продукцию за разумные деньги. При этом медицинские принадлежности широкого потребления должны вызывать не только доверие, но и положительные эмоции.



Ultimax

Создание бренда, упаковка

В проекте:

нейминг, логотип

упаковка

Уникальный российский завод-производитель выходит на рынок с розничной линейкой основных растворителей для строительной и автомобильной отрасли в среднем ценовом сегменте. Что нужно, чтобы привлечь внимание целевой аудитории и выдержать конкуренцию? Универсальное международное имя, вызывающее необходимые для отрасли ассоциации с качеством; убедительный логотип; продуманная цветовая дифференциация и современный дизайн упаковки.



Дмитриевский химический завод

Ultimax Handy

Ultimax[®]
handy

В проекте:

логотип

нейминг

дизайн упаковки

Ultimax — флагманский b2c-бренд Дмитриевского химического завода. В 2017 году мы разработали его как собственный бренд основных растворителей завода-производителя для строительной и автомобильной отраслей. Через год вышел первый суббренд — Ultimax Gravity — полимерный клей для садового дизайна. В 2021 году было решено выпустить Ultimax на рынок FMCG. Средство для мытья посуды сходит «за своего» на полке благодаря считываемым аудиторией категориальным кодам, но обладает собственной визуальной идентичностью. Субнейминг Handy означает «удобный», «под рукой», убеждая в том, что новому средству найдется место в каждом доме. С выходом очередного суббренда Ultimax становится на шаг ближе к макробренду, а b2b-гигант ДХЗ еще больше укрепляет свои позиции на розничном рынке.



Colt

Бренд техники для стройки и ремонта

В проекте:

бренд-платформа

логотип, брендбук

нейминг, слоган

дизайн упаковки

COLT — техника для тех, кто предпочитает выполнять работы по ремонту и строительству своими руками и ищет оборудование без избыточных профессиональных опций, но обладающее гарантированной надежностью и качеством. Мы разработали систему идентичности, отвечающую национальной специфике потребления в категории, а также максимально реализующую потенциал доверия аудитории к качеству техники из США.



Компрессоры		Сварка		Станции	
Опция	Код	Опция	Код	Опция	Код
2/3 фазы	2P/3P	Работа с низким напряжением	L	Электро-стартер	E
Колеса	H			Автопод-ключение	A
Катушка со шлангом	B			Ручка+колеса	H

- Примеры
- 1 Colt Pacific 220/24 2P Set 1
 - 2 Colt Mustang 3500 EAH
 - 3 Colt Condor 160 Set 1
 - 4 Colt Condor 160



Дмитриевский ХИМИЧЕСКИЙ ЗАВОД

Разработка бренда антисептиков Smartsept



В проекте:

Нейминг

Логотип

Бренд-лайн

Упаковка

Сайт

Как выглядит качественный ситуативный брендинг? Например, вот так. Пандемия COVID-19 сильно повлияла на покупательские привычки, сделав санитайзеры новой звездой FMCG. Мы помогли крупнейшему производителю химической продукции в России — Дмитриевскому химическому заводу — в сверхсжатые сроки создать и вывести на рынок полноценный бренд принципиально нового для него продукта — универсального антисептического средства. В рамках проекта разработан нейминг, внутренняя бренд-архитектура и дизайн-стандарты линейки санитайзеров покет-формата для личного использования, линейки дезинфицирующих средств для дома и офиса, а также двух специализированных суббрендированных линеек Smartsept PRO и Smartsept MED для профессионального сегмента.



Brulex

Рестайлинг бренда и упаковки

В проекте:

корпоративный стиль

логотип

нейминг

Бренду Brulex требовался рестайлинг, способный сделать его в глазах потребителей современнее, технологичнее и удобнее. В новом логотипе отдано предпочтение строчным буквам, которые обрели более «энергичный» и в то же время «гибкий» характер. Объединяющий графический элемент «волна» решает наряду со стилистическими задачами функциональную — служит носителем цветовой идентификации продуктовых групп.



Catery

Бренд первого агрегатора кейтеринга в России

В проекте:

корпоративный стиль

логотип

Как должен выглядеть современный технологический стартап? По-человечески. Артоника разработала бренд-платформу и визуальный язык для Catery — первого в России b2b-агрегатора кейтеринга, который реформирует устаревший рынок корпоративного питания, выводя его на новый уровень. С новой системой идентичности он сделает это красиво.



ЭКСМО

Серия «Культурная классика»

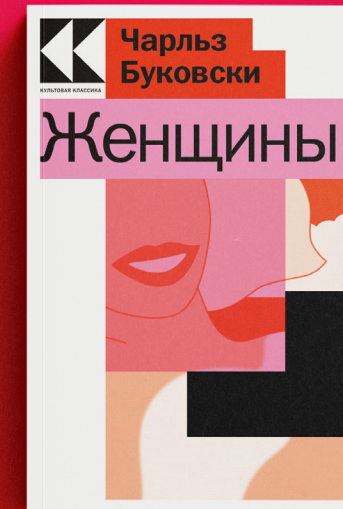
В проекте:

логотип

дизайн серии

иллюстрации

Оформили серию классической литературы для крупнейшего российского издательства: доступные по цене пocketбуки в мягкой обложке. Цель — уйти от восприятия классики, как чего-то устаревшего и скучного. Логотип серии — монограмма в геометрическом стиле. Иллюстративный ряд — многослойные коллажи: фотографии, живопись и графика взаимодействуют с цветными плашками, создавая единое визуальное целое. На полке корешки книг складываются в третью обложку — мозаику из ярких колорблоков, притягивающую взгляд. Масштабируемый модульный конструктор обложки позволяет компоновать бесконечное количество макетов, что важно для объемной серии.



КУЛЬТУРНАЯ КЛАССИКА



Sminex

Ар-деко.
Научно-популярное издание

В проекте:
концепция издания
текст, инфографика
дизайн, верстка, пре-пресс

Архитектурное решение жилого комплекса «Дом Достижение» — современное осмысление стиля ар-деко. Для развития коммуникаций этого бренда реализован полноценный издательский проект — книга об истории развития стиля и его роли в мировой культуре. Ее ценность вышла за границы маркетинга — она стала первым русскоязычным оригинальным изданием на тему ар-деко. Формат издания: 240 x 300 мм., Объем: 132 с.



Спасибо! _____